

[www.diplomstudent.net](http://www.diplomstudent.net)

**Дипломные  
работы  
на заказ**

**от автора  
без предоплаты**

A young woman with short brown hair, wearing a red tank top and blue jeans, is sitting on the floor. She is holding a book on her head with both hands. There are two stacks of books on either side of her. The background is a gradient of purple and blue.

#### **1.4. Целевые сегменты журнала «Свадьба»**

Основными целевыми сегментами журнала «Свадьба» будут являться следующие группы потребителей:

- по возрасту: молодое и старшее поколение;
- по полу: мужчины и женщины;
- по географическим признакам: жители Санкт-Петербурга и Ленинградской области;
- по демографическим признакам: молодожены;
- по национальному составу: русские, украинцы, белорусы, азербайджанцы, кавказцы, узбеки, и др.
- по группам потребителей (читатели, рекламодатели), рисунок 1.12.

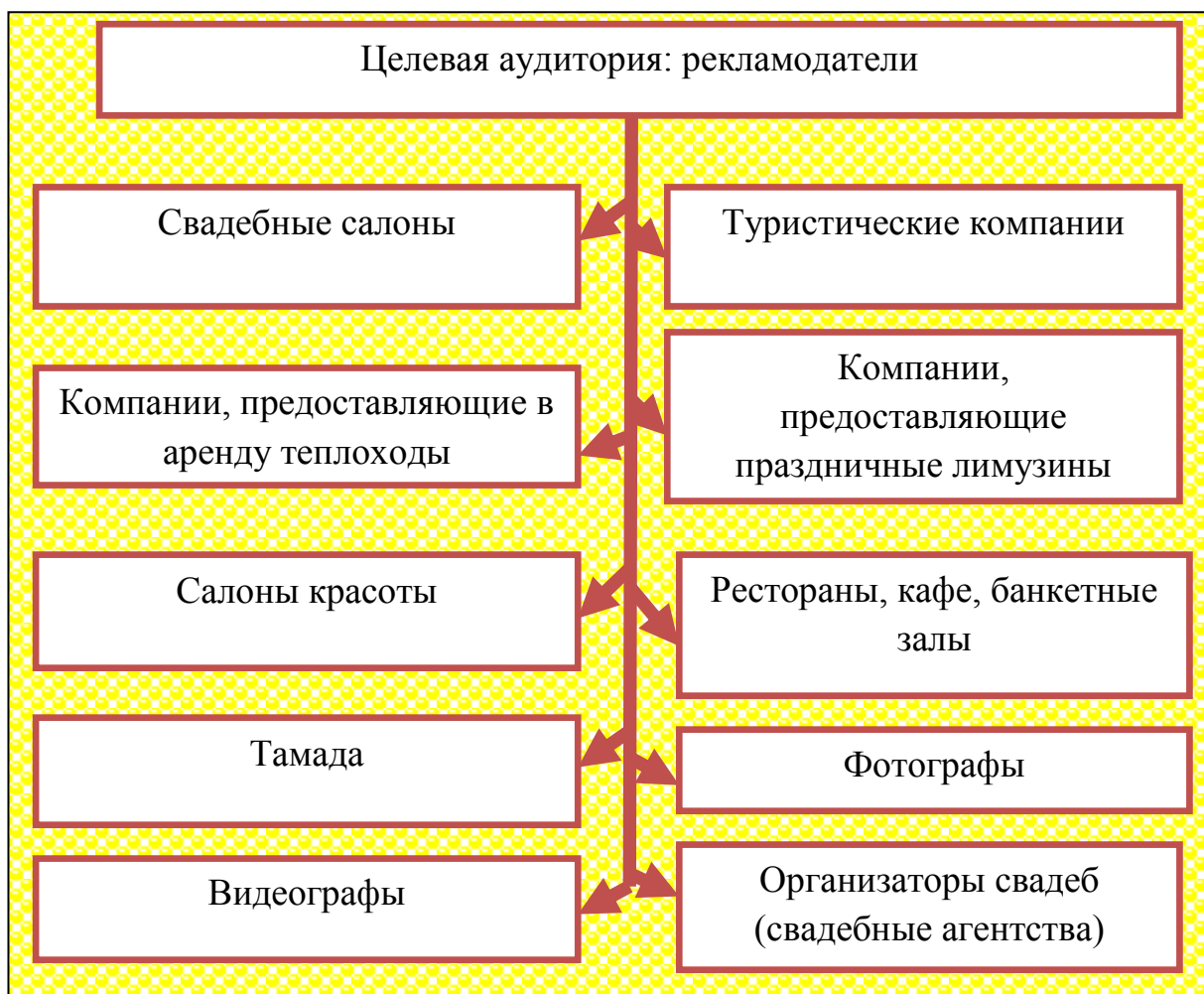


Рис.1.13. Целевая аудитория: рекламодатели , издания журнал «Свадьба».

Таким образом, к целевой аудитории журнала «Свадьба» относятся читатели издания и потенциальные рекламодатели издания «Свадьба», которые будут размещать рекламу о своих услугах или магазинах. Ими являются: свадебные салоны, бюро путешествий, автосалоны с лимузинами, фотографы, видеографы и др. организаторы свадебного мероприятия, рисунок 1.13.

Свадебные салоны оказывают услуги по подбору свадебных платьев, костюмов, различных украшений. В настоящее время в Санкт-Петербурге насчитывается множество свадебных салонов. Наиболее известными из них являются: Признание, Интерстиль, Dream Boutique, Принцесса на Горошине, Milano Vera, Дворянка, Праздник, Мечта, Gloria, Каприз и др., табл.1.12.

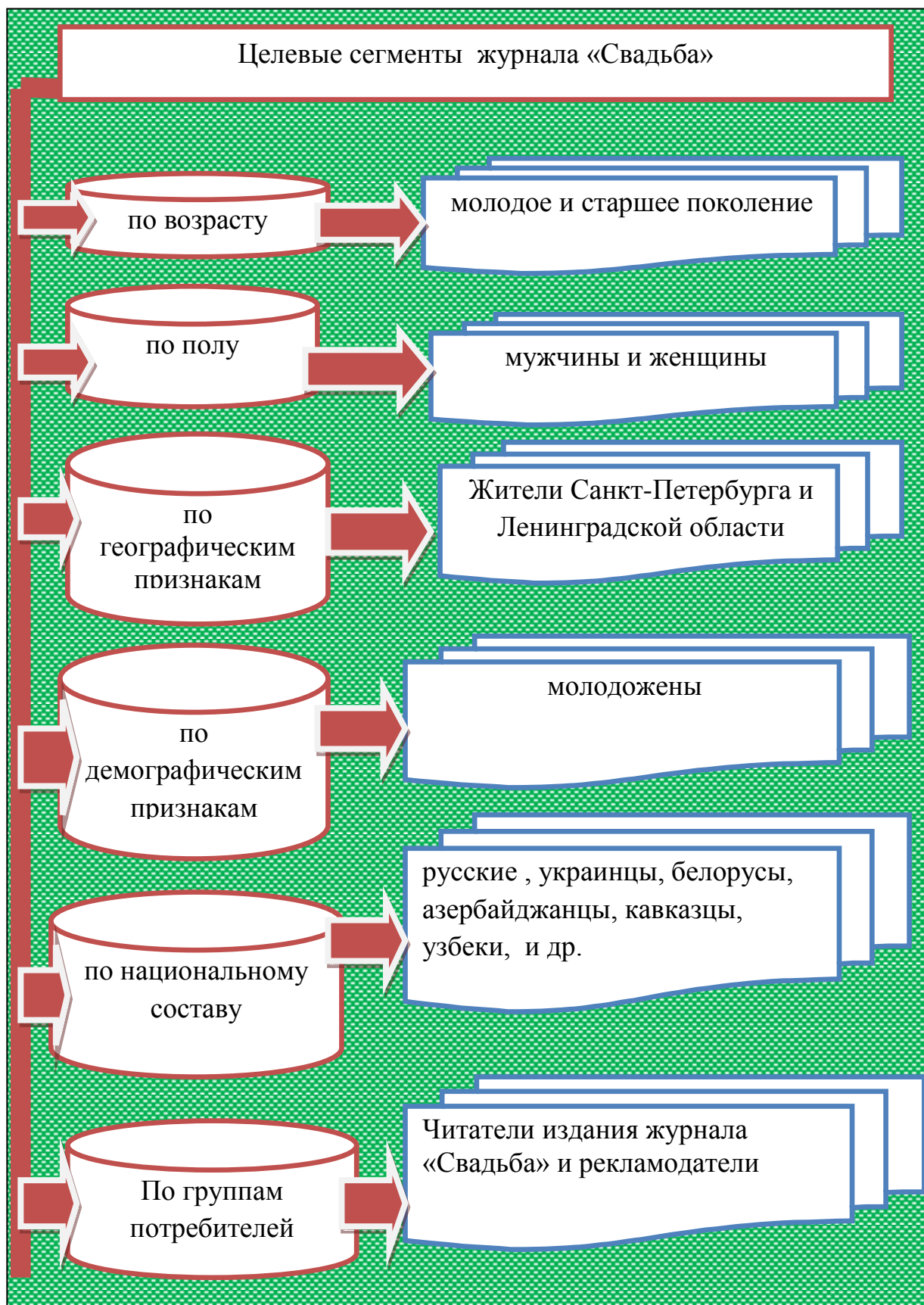


Рис.1.12. Целевые сегменты журнала «Свадьба».

Еще одна группа потенциальных рекламодателей издания журнала «Свадьбу» – это салоны красоты. Рынок индустрии красоты в Петербурге обширен и разнообразен: на нем представлено более двух тысяч салонов красоты разного класса – от престижных "люксов" до парикмахерских эконом-класса, рис. 1.14. Наиболее известными салонами красоты являются: Мая, Майя, Леди, Виктория, Апельсин, Жасмин, Афродита и др.

Основные услуги салонов красоты: массаж, маникюр, педикюр, окрашивание волос, стрижка огнём, стрижка волос, мелирование, колорирование волос, эпиляция, депиляция, пилинг, солярий, татуаж, и др. Современные салоны красоты предлагают своим клиентам услуги аппаратной медицины, ряд терапевтических программ и др.

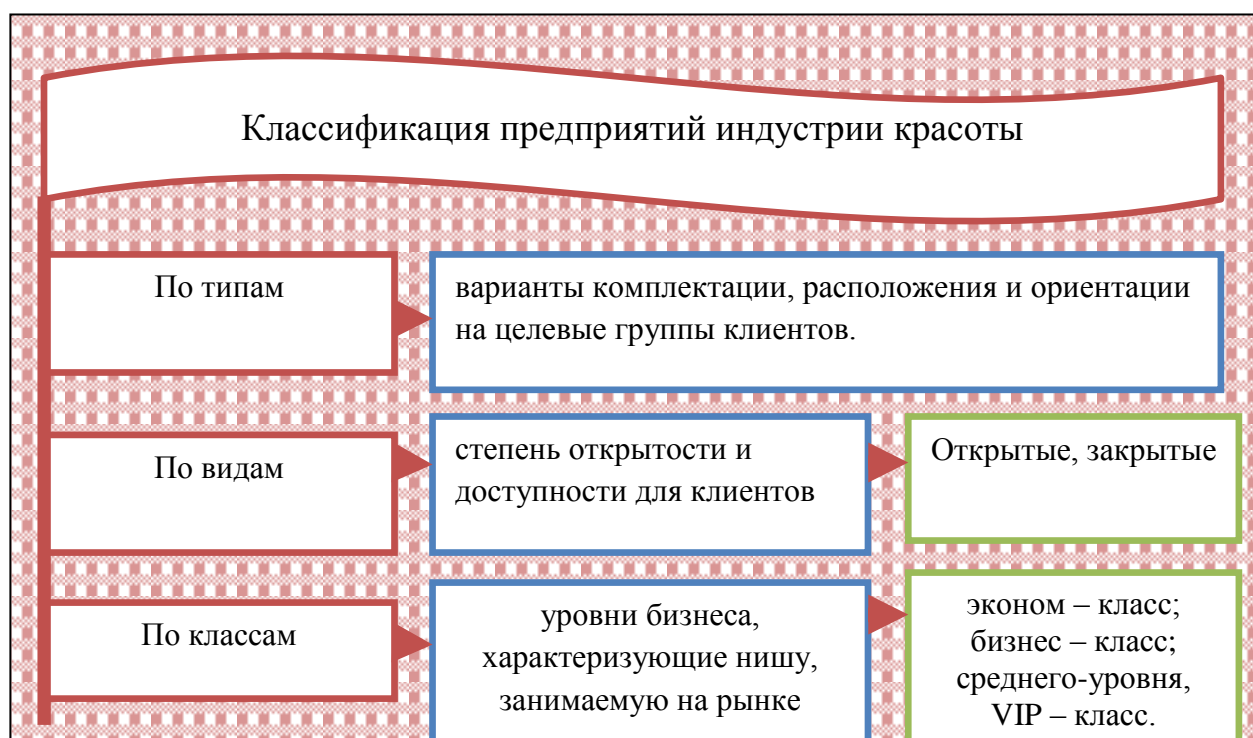

















Рис. 1.14. Классификация предприятий индустрии красоты.

Самые известные свадебные салоны Санкт-Петербурга

 <p>Свадебный салон <b>Признание</b></p>	 <p><b>Уютер Стиль</b></p>	 <p><b>Amarosa</b> СВАДЕБНЫЙ САЛОН</p>
 <p><b>Caprice</b> Свадебный салон</p>	 <p><b>АВВОРУ</b> свадебный салон</p>	 <p><b>Мечта</b> Свадебный салон</p>
 <p><b>Дворянка</b> Салон свадебной и вечерней моды</p>	 <p><b>Марицка на горошине</b> Свадебный салон</p>	 <p><b>Милано Вера</b> СВАДЕБНЫЙ САЛОН</p>
 <p><b>GLORIA</b> СВАДЕБНЫЙ САЛОН</p>	 <p><b>Праздник</b> Свадебный Салон</p>	 <p><b>Нежность</b> свадебный салон</p>
 <p><b>Королева</b> салон свадебной и вечерней моды</p>	 <p><b>Майна</b> СВАДЕБНЫЙ САЛОН</p>	 <p>Салон свадебной и вечерней моды <b>Орхидея</b></p>
 <p><b>The One</b> СВАДЕБНАЯ СТУДИЯ</p>	 <p><b>Lux-bride</b> свадебный салон</p>	 <p>свадебный салон <b>ELLE Bride</b></p>

Потенциальными рекламодателями издания «Свадьба» также могут являться компании, предоставляющие эксклюзивные лимузины напрокат в Санкт-Петербурге для проведения вечеринок и прочих мероприятий. В настоящий момент в Санкт-Петербурге насчитывается множество компаний, оказывающих аналогичные услуги.

Свадебный банкет – это особенная часть торжества, организация которой требует не меньшего внимания, нежели сама брачная церемония или планирование медового месяца. Для организации праздника молодоженам необходимо определиться с выбором кафе или ресторана для проведения Свадебной вечеринки. Таким образом, еще одной группой потенциальных рекламодателей журнала «Свадьба» будут являться рестораны, кафе, бары, банкетные залы .
















В настоящий момент Санкт-Петербург предлагает своим жителям большое разнообразие банкетных залов и ресторанов. Наиболее известными для проведения свадебных мероприятия являются банкетные залы: Тирамису, Сытый Гном, Амроц на Невском, Дворец Княгини Долгорукой, Банкетный зал Море, Елагин, Лилак, Тиффани, Банкетный ресторан "Невский Праздник", Ресторан Наутилус, Мята Банкетный зал, «Синопская Набережная», Русское Застолье, Ресторан "Ампир", «Красный Кабачок» Петергоф, Юбилей Gold, Зал торжеств «Атриум», Аристос, Свет Маяка, Forrest Cafe, Ресторанный комплекс Америка и др., табл.1.13.

Проведение свадебных мероприятий может и должно осуществляться с помощью профессиональных организаторов праздника, которые также могут являться потенциальными рекламодателями журнала «Свадьба». К профессиональным организаторам праздника относятся: фотографы, видеографы, хореографы и др. Это могут быть как частные лица, так и различные организации. В частности в Санкт-Петербурге существует множество свадебных агентств, наиболее известными являются: Свадебное агентство «Наш День», Свадебное агентство Show Company,



Таблица 1.13

Наиболее известные банкетные залы, рестораны, кафе для проведения свадебных мероприятий в Санкт-Петербурге

Банкетные залы	фото	фото	фото
Тирамису			
Сыгтый Гном			
Амроц на Невском			
Дворец Княгини Долгорукой			
Банкетный зал Море			

			Продолжение табл.1.13
Елагин			
Лилак			
Тиффани			
Банкетный ресторан "Невский Праздник"			
Наутилус Ресторан			



Театр Торжеств «Венец», Свадебное агентство EvaWedding, Свадебное агентство «MarryMe», Apelcin Wedding Company, Wedding & event agancy Prazdnikof, Королевство вечеринок, Premium Wedding, Kiwi ice group — Киви айс груп, Свадебное агентство VonTon events, Агентство Лунный Свет, Свадебное агентство FiDelis, Организация свадеб агенство «Smile», Свадебное агентство Мулен Руж, Свадебное агентство «Сладкая Жизнь», Свадебное агентство «Be My Wife», Свадебное Агентство Хэппенинг, Свадебное агентство Elegance и др.

Проведение свадебной церемонии может быть организовано на теплоходах. Таким образом, потенциальными рекламодателями журнала «Свадьба» могут быть компании, предлагающие аренду теплохода в Санкт-Петербурге. Наиболее известными компаниями, предлагающие аналогичные услуги, являются компании: Грация, Астра, Альта, Сударь, Маргарита, Ариэль и др., табл.1.14.

Рекламодателями журнала «Свадьба» могут быть различные туристические компании, которые могут предложить свадебное путешествие молодоженам. Наиболее известными туристическими компания Санкт-Петербурга являются: Библио Глобус, Импульс, Альбатрос, Терция, Пальмира, Росса, Рондо, Алма Тур, Трансаэро Тур, Трэвелина, Море солнца, Солвекс, Ascent Travel, Гардарика, Альтернатива Тур, Soleil toujours, Пилигрим, Pettravel, Бюро отпусков, Глобус Турне, АСТ, Велл, TourOut.Ru, Менсей, Иволга, Атлас Тур и др., табл. 1.15.

Таким образом, проведенное исследование показало, что основными целевыми сегментами журнала «Свадьба» являются как потребители (читатели издания), так и рекламодатели. Потребителями являются население старше 18 летнего возраста, мужчины и женщины, различных национальностей, различные социальные группы и различные уровни доходности. Круг рекламодателей достаточно широк- это и салоны красоты и свадебные салоны,

предприятия по организации праздников, фотографы, видеографы, предприятия предоставляющие в аренду теплоходы и лимузины, туристические компании, которые могут организовать туристическое путешествие для молодоженов и др.

Таблица 1.14

Популярные компании, предлагающие аренду теплоходов в Санкт-Петербурге для проведения свадебных и иных мероприятий













Компания/фото		Компания/фото	
Грация		Астра	
			
Альта		Сударь	
			
Маргарита		Ариэль	
			

Таблица 1.15

## Наиболее известные туристические компании Санкт-Петербурга

№ п/п	компании	компании	компании	компании
1	 Библио Глобус ТУРИСТИЧЕСКИЙ ОПЕРАТОР	 Бюро отпусков	 Ascent Travel Member of Hotelplan	 туроператор с 1991г. АТЛАС
2	 Solvet	 Pettravel	 море солнца сеть туристических агентств	 IVOLGA международный туризм
3	 SUNWINGS ПЛЯЖИ И СОЛЯРИИ	 туристическая компания ПИЛИГРИМ	 Турфирма Трэвелина	 Менсей ТУРИСТИЧЕСКАЯ ФИРМА
4	 ТРАНСАЭРО ТУР	 Турфирма «Гардарика» Уполномоченное агентство "Тестой"	 ALMA там	 сеть агентств ВЕЛЛ ПЛЯЖНОГО ОТДЫХА
5	 ТУРИСТИЧЕСКАЯ ФИРМА РОНАО	 Soleil leisure Туристическое агентство	 росса туристическое агентство (812) 438 32 55	 TourOut.ru Планируй, отдыхай, действуй впечатлительно!
6	 ПАЛЬМИРА 717-08-33	 ТУРИСТИЧЕСКАЯ ФИРМА АЛЬБЕРТА НАТУРА уполномоченное агентство Тез-тура TEZ	 ТЕРЦИЯ	 AST
7	 Travel Point	 Альбатрос туристическая компания	 ИМПУЛЬС Туристическая компания Санкт-Петербург	 Глобус Турне туристическая компания

### Список использованных источников

1. ФЗ«Об обществах с ограниченной ответственностью» от 8 февраля 1998 г. N 14-ФЗ//с изм. от 28 декабря 2010 г. N 409-ФЗ.
2. Антикризисное управление/под ред. Г.К. Таля, М.А. Федотовой.-М.: Инфра-М, 2009 г.
3. «Анализ хозяйственной деятельности предприятий» Савицкая Г.: Учебник- 2 –е изд., испр.-Мн.:ИП «Экоперспектива», 2012 г.-494 с.
4. Баканов М.И., А.Д. Шеремет «Теория экономического анализа» Москва, 2007 г.
5. Багиев Г.Л., В.М.Тарасевич, Х.Анн; Под ред. Г.Л.Багиева: Маркетинг: Учебник для Вузов. Рубрика: Маркетинг (планирование деятельности). Брендинг, 2010 г. – 733 с.
6. Баринов В. А. Стратегический менеджмент: [Учеб. пособие]/ В.А. Баринов, В.Л. Харченко; Целевое назначение: Учебники и учеб. пособ.д/ высшей школы(ВУЗы) ИНФРА-М 2011 г. – 284 с.
7. Валевиц, Р.П., Давыдова Г.А. Экономика торгового предприятия. Мн.: Вышэйшая школа, 2007г. 367 с.
8. Виханский О.С. Стратегическое управление: [Текст] учеб. пособие / О.С. Виханский. - М.: Гардарика, 2009г. - 296 с.
9. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. - М.: Финпресс, 2008г.
- 10.Дмитриева Е.В. Фокус-группы в маркетинге. - М.: Центр, 2009г. Дмитриев М.Н., Забаева М.Н. Экономика и предпринимательство в социально культурном сервисе и туризме. Учебник - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2006.- 399 с.



- 11.Ефимова О.В. Финансовый анализ : учебное пособие / О.В. Ефимова. - М. : Бухгалтерский учет, 2009. - 354с.
- 12.Ефремов В.С. Стратегия бизнеса. Концепции и методы планирования: [Текст] учеб. пособие / В.С. Ефремов - М.: Издательство "Финпресс", 2008г. - 192 с.
- 13.Журавлев В.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. Конспект лекций: учебное пособие / В.В. Журавлев, Н.Т. Савруков. – СПб.: «Политехника», 2009.- 427с.
- 14.Зуб А.Т. Стратегический менеджмент: теория и практика [Текст] / А.Т. Зуб. - М.: Аспект ПРЕСС, 2008г. - 415.
- 15.Зазыкин В. Г. Психология в рекламе. — М. Инфра, 2010г.
- 16.Ильин В.И. Поведение потребителей. Учебное пособие. - Сыктывкар: Сыктывкарский университет, 2009 г.
- 17.Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс 2-е издание, - СПб.: Питер, 2008г. — 464 с.
- 18.Квартальнов В.А. Туризм: учебник.-М.: Финансы и статистика, 2003, 320с.
- 19.Лебедев-Любимов А. Психология рекламы. СПб., Питер, 2011г.
- 20.Макари И.Г. Реклама и методические подходы к целенаправленному формированию спроса. –М., Маркетинг. 2011г.
- 21.Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. М.: Вильямс, 2011 г. – 672 с.
- 22.Маркетинг: учебник/А.Н. Романов, Ю.Ю. Корлюгов, С.А. Красильников и др. под ред. А.Н. Романова.-М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2005 г.-560 с.
- 23.«Менеджмент»/ И.Н. Герчикова: Учебник, третье издание, Москва «Банки и биржи» Издательское объединение «Юнити» 2009г.
- 24.Организация и методы оценки предприятия (бизнеса): Учебник/под ред. В.И. Кошкина.-М., 2008 г.

25. Оценка предприятия: теория и практика: учебное пособие/под ред. В.В. Григорьева, М.А. Федотовой.-М.: Инфра-М, 2009 г.
26. Романов А. Н. - Маркетинг: учебник. - М.: «Банки и биржи», Издательское объединение «ЮНИТИ», 2011 г.
27. Симоненко В.Д., Степченко Т.А. Основы потребительской культуры. - М.: Правовое просвещение, 2009 г.
28. Рейтинг печатных изданий Санкт-Петербурга в 2012 г. [электронная версия] <http://www.reklama-online.ru>
29. Социологический энциклопедический словарь. - М.: ИНФРА-М-НОРМА, 2008 г.
30. Санкт-Петербург в цифрах. Статистический сборник. 2013 г. [Электронная версия] <http://www.petrostat.gks.ru>
31. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: Серия: Университетская серия. Издательство: Маркет ДС, 2008 г.- 208 с.
32. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент: Учебник. 9-е издание, исправленное и дополненное. Издательство: Дело, 2008 г – 448 с.
33. Чернышев М.А., Солдатова И.Ю, Бортник Е.М. и др. Стратегический менеджмент. Учебное пособие. Под ред. М. А. Чернышева. Ростов, 2009. – 265.
34. Шейнов В. П. Социально-психологические основы менеджмента. М., 2012 г.
35. Экономика и статистика фирм: Учебник/ В.Е.Адамов, С.Д. Ильенкова, Т.П. Сиротина и др.; Под ред. Проф. С.Д. Ильенковой. - 2-е изд. - М.: Финансы и статистика, 2008 г.
36. Экономика предприятия: Учебник для вузов/ Под ред. Проф. В.Я. Горфинкеля. - М.: Банки и биржи, Юнити, 2009 г.
37. Энджел Д., Блэкуэлл Р., Миниард П. Поведение потребителей. - СПб: Питер Ком, 2009 г.

## **Приложения**